

**PROPUESTA DE CRUE UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS
PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO UNIFERIA**

El Sr. D. Roberto Fernández Díaz, Presidente de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (en adelante, Crue Universidades Españolas), entidad con CIF XXXXX y domicilio social en Plaza de las Cortes 2, planta 07, Madrid, en representación de ésta y conforme establecen sus propios Estatutos realiza a todas las Universidades asociadas la siguiente:

OFERTA:

- 1.- Crue Universidades Españolas es una asociación sin ánimo de lucro de ámbito estatal, constituida en diciembre de 1994 y formada por las universidades públicas y privadas españolas, asociadas a tenor de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación.
- 2.- Crue Universidades Españolas se organiza en comisiones sectoriales y grupos de trabajo sobre distintos ámbitos de interés. Entre éstos se encuentra **Crue Asuntos Estudiantiles**, que se ocupa de los temas relativos al ámbito estudiantil en sus diferentes manifestaciones: acceso a la Universidad, becas, empleo, servicios de orientación universitaria o atención a la diversidad y discapacidad, entre otros. Crue-Asuntos Estudiantiles cuenta con Grupos de Trabajo entre los que se encuentra la Red de Servicios de Información y Orientación Universitarios (Red SIOU), que agrupa al personal técnico de los servicios de información y orientación al estudiante de las distintas Universidades asociadas.
- 3.- Viene siendo habitual que Crue Universidades Españolas coordine proyectos en beneficio de las Universidades, en los que puedan participar sus asociados, es el caso del Proyecto Uniferia (en la forma en que se detalla en el Anexo I) cuyo objeto es desarrollar una feria virtual para facilitar el acceso a la información de interés para los estudiantes y promocionar la oferta académica y de servicios de cada una de las universidades asociadas a Crue Universidades Española y facilitar y ampliar el acceso de posibles estudiantes. En definitiva, se trata de diseñar un nuevo formato de feria más efectivo que permita reducir considerablemente el coste económico para las Universidades.

4.- En consecuencia, Crue Universidades Españolas, en virtud de este documento, propone a todas las Universidades asociadas su adhesión a este Proyecto, mediante la firma del acuerdo de adhesión cuyo modelo se adjunta como Anexo II.

5.- Las Universidades que se adhieran al proyecto se obligarán a realizar un pago a la empresa EasyVirtualFair que gestiona la Feria. El importe quedará determinado en función del número de universidades que finalmente se adhieran al proyecto, según lo que se especifica en la oferta económica que se adjunta como Anexo III. Las universidades deberán abonar la cuantía en concepto de cuota de adscripción, en los 30 días siguientes a la presentación de la correspondiente factura por parte de la empresa.

6.- El acuerdo de adhesión tendrá vigencia durante un año desde la celebración de la primera feria.

7.- La difusión requerirá de un plan de comunicación para poder promocionar al máximo el evento.

8. Las universidades adheridas al proyecto deberán promocionar en su ámbito territorial la difusión de Uniferia que se inscribirá dentro del plan de comunicación antes mencionado.

Fdo.: Excmo Sr. D. Roberto Fernández Díaz

Presidente de Crue Universidades Españolas

ANEXO I

PROYECTO UNIFERIA

Introducción

En un contexto social y económico tan convulso como el actual, los servicios de orientación e información universitarios están modificando sus herramientas y sus procesos para adaptarse a las nuevas necesidades de los usuarios y ofrecer así un mejor servicio.

Los cambios normativos derivados de la puesta en marcha de la LOMCE, la amplia oferta de nuevos títulos de grado y máster, los nuevos sistemas de acceso a la Universidad, el nuevo sistema de becas del Ministerio, la internacionalización de la educación superior, etc., hacen de la información un elemento clave en la decisión del futuro profesional de nuestros jóvenes.

Para hacer frente a esta demanda de orientación e información, las universidades han articulado una serie de respuestas que pasan desde las sesiones informativas impartidas en los propios Centros de Educación Secundaria hasta las Jornadas de Puertas Abiertas o asistencia a Ferias de la Educación de carácter presencial.

Las Ferias permiten al futuro alumnado universitario disponer de buena parte de la oferta formativa disponible en un único espacio y en un periodo de tiempo muy acotado que facilita la búsqueda autónoma de información y la toma de decisiones.

Otra de las ventajas de una Feria es que permite la participación intergeneracional, puesto que se abre a las familias posibilitando su participación en el proceso de búsqueda y análisis de información, y también acompañar a los jóvenes en su elección.

A su vez, este tipo de acontecimientos facilitan la tarea orientadora del centro educativo, puesto que complementan y ponen en valor la orientación que hace el centro durante toda su etapa de Secundaria.

Por otro lado, no podemos olvidar el valor que la formación continua está adquiriendo en una sociedad más competitiva. De ahí que las ferias intenten ampliar su público objetivo más allá del tradicional estudiante de Educación Secundaria. Así, se están configurando ferias internacionales específicas de postgrado que, por sí solas no alcanzan un volumen elevado de público, pero que complementan perfectamente un evento de información sobre oferta educativa genérica.

Justificación

Las Ferias constituyen una herramienta de gran importancia en las campañas de información y orientación para los estudiantes, sin embargo, en su formato presencial actual, adolecen de graves deficiencias que hacen peligrar su propia existencia.

En primer lugar, tienen una limitación geográfica muy clara, circunscrita a la ciudad donde se celebra, y para cubrir todo el territorio nacional es necesario participar en muchas ferias educativas y sufragar unos gastos de transporte que generalmente asume el propio Centro de Secundaria, las universidades u otras instituciones implicadas.

Por otro lado, no se puede obviar que, para que el mensaje llegue a los estudiantes de una forma rápida y clara, debe realizarse a través de los canales que éstos utilizan habitualmente. Los futuros universitarios son, a diferencia de otras generaciones, nativos digitales, tienen Smartphone, se comunican a través del WhatsApp y las redes sociales, consultan continuamente en la web, etc. Tienen una visión global y facilidad para acceder a la información que ofrece la red. Los soportes tradicionales, el papel, los folletos o los CD, además de ser un gasto elevado y poco atractivo en comparación con las nuevas herramientas de comunicación, han quedado relegados a un segundo plano como elemento de transmisión de la información entre el potencial alumnado.

En definitiva, el objetivo de esta primera edición UNIFERIA sería la difusión de información sobre la oferta académica de estudios de grado de las universidades participantes en el proyecto en el ámbito nacional. En función de los resultados obtenidos se ampliará, en ediciones posteriores, la promoción a los estudios de postgrado tanto a nivel nacional como internacional.

Por todo ello, el actual formato de Feria requiere de una renovación, adaptada a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y al nuevo perfil de usuario. Se trata de desarrollar una feria virtual, que amplíe el acceso a un mayor número de posibles estudiantes de los que se podría acceder presencialmente, y disponer de esta información durante más tiempo, antes, durante y después de la feria presencial. Un salto que nos permitiría hablar en el mismo lenguaje que nuestro público objetivo, y ampliar su radio de acción espacio-temporal, pudiendo mantener sus contenidos más allá de unas fechas limitadas. En definitiva, se trata de diseñar un nuevo formato de feria mucho más efectivo y que permite reducir

considerablemente el coste económico en un periodo crisis que afecta muy directamente a la educación.

Propuesta de la feria

Por todo ello se apunta la necesidad de crear un nuevo formato para estos espacios promocionales de la oferta educativa. En la actualidad no existe ningún espacio on line donde los potenciales alumnos universitarios puedan encontrar de manera clara e inequívoca toda la información sobre las distintas universidades españolas y que a su vez puedan interactuar con las diferentes opciones que le interesen.

Se ha propuesto por ello, desde el grupo SIOU, este Proyecto de creación de una feria virtual de educación universitaria.

Se crearía así el primer punto único, público y virtual de consulta de la oferta académica y de servicios de las universidades participantes. Esta feria será accesible para todo el público a través de una amplia plataforma de atención on line, sin fronteras geográfico-temporales, mejorando los actuales horarios de atención al público, y favoreciendo nuestra proyección internacional.

Calendario de la Feria

La feria virtual UNIFERIA SIOU deberá comenzar en el periodo de mayor demanda informativa por parte del futuro estudiantado. Esta feria, estará activa, y atendida a través del chat por personal de cada universidad, durante un período determinado de tiempo. Se recomienda un horario ininterrumpido desde las 10:00 hasta las 20:00 h. Frente a la imposibilidad de algunas universidades para cumplir con el mismo, se propone un horario obligatorio para la interacción: de 10:00 a 14:00 h.

Gracias a las nuevas tecnologías la información que contiene la feria permanecerá accesible más allá de la propia feria, lo que supone una mayor amplitud temporal de la información al alcance de todo el mundo. Se mantendrá la información de las diferentes universidades estática, hasta la nueva edición de la feria, con enlaces a sus páginas web, etc., a modo de directorio, puesto que no existe en el mercado ningún buscador de oferta académica de las mismas características.

Estructura de la Feria

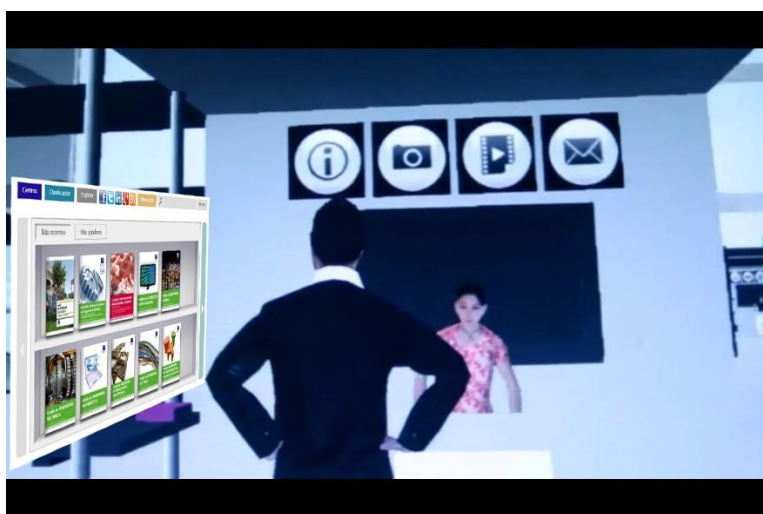
La feria consiste en una plataforma 2D, accesible y “responsive”, que emulará una feria presencial. En un pabellón virtual habrá un punto de información principal, donde se

procederá al registro de los visitantes; estos aportarán información relativa a su perfil para hacer un seguimiento de visitantes de la feria.

En el punto de información principal se podrá encontrar información general sobre el sistema universitario español y un buscador para localizar estudios de las universidades que participan en feria virtual, bien sea por tipo de estudios, por ámbito geográfico, nota de corte, servicios, etc.

El visitante de la feria dispondrá en su perfil un espacio donde podrá guardar la información que le haya interesado, a modo de marcador, para su posterior consulta y/o descarga.

El pabellón estará compuesto por stands, todos homogéneos. Uno para cada universidad. Cada espacio se podrá personalizar con los colores corporativos y el logotipo de cada universidad. Todos los stands deberán tener la misma estructura de información: blog, chat, correo electrónico, vídeos, oferta académica, etc. mediante enlaces a sus correspondientes páginas web.



Cada universidad podrá atender al público en tiempo real en el horario establecido de feria, bien sea a mediante el chat (con un máximo de 10 informadores a la vez) o del correo electrónico.

Al igual que las ferias tradicionales el pabellón de UNIFERIA SIOU tendrá también diferentes salas de conferencias, con un aforo limitado, donde las diferentes universidades podrán realizar charlas (videoconferencias) sobre los temas que cada una considere y tendrán la posibilidad de realizar preguntas y ofrecer respuestas a través de un sistema de videoconferencia. Para ello la organización de la Feria establecerá los sistemas de coordinación que estime más adecuados.

Además, las nuevas tecnologías permiten incorporar gestiones administrativas prácticamente en tiempo real y gracias a que la información que contiene la feria permanecerá accesible más allá de la propia feria, lo que supone una mayor amplitud temporal, nuestros potenciales estudiantes podrían, una vez consultada nuestra oferta académica y de servicios, realizar su preinscripción y/o matrícula en la Universidad de su elección dentro de los plazos que cada una de ellas habilite.

Promoción

Al tratarse de un proyecto único y de gran envergadura se requiere un plan de comunicación profesional para poder promocionar al máximo el evento. Inicialmente habrá que construir la imagen de marca y establecer un eje de comunicación sólido para apoyar la campaña de promoción y difusión. Se valorará registrar UNIFERIA como marca una vez aprobado su diseño final. También se registrarán los dominios correspondientes (www.uniferia.es o www.uniferia.edu)

UNIFERIA pretende ser un referente online de la oferta educativa del sistema universitario español, para ello es necesario la implicación del mayor número posible de universidades participantes. Así pues, en una primera fase de promoción se realizará una campaña, que denominamos interna, entre las propias universidades españolas, para explicarles el proyecto e incentivar la participación en la misma.

La segunda fase de promoción será la promoción externa, al tratarse de la primera edición de la feria es necesario un mayor esfuerzo en la promoción entre el público objetivo al que va dirigido para construir la imagen de marca UNIFERIA: alumnado pre-universitario (de Educación Secundaria, Ciclos Formativos de Grado Superior, Centros de Educación Permanente de Adultos), asociaciones de padres y madres, alumnado universitario, titulados universitarios, orientadores de centros de Educación Secundaria, medios de comunicación y sociedad en general. Por la envergadura del proyecto se realizará una campaña de promoción nacional, preferiblemente on line (a través de notas de prensa, artículos y anuncios en redes sociales, buscadores, blogs, portales educativos, periódicos y revistas digitales, etc.), y si el presupuesto lo permite se valorará la utilización de otros medios de comunicación masiva como la publicidad exterior, prensa o radio, así como cartelería y material gráfico impreso.

También deberá comunicarse al Ministerio de Educación, así como a las respectivas Comunidades Autónomas, la existencia de la feria de cara a su proyección en sus distintos ámbitos. Cada Universidad también efectuará su propia difusión en su ámbito de actuación territorial.

Paralelamente a la campaña de comunicación masiva nacional se realizarán acciones concretas y locales para cada uno de los colectivos anteriormente señalados, con mensajes específicos para cada uno. Las universidades participantes deben comprometerse al máximo en la difusión en su entorno geográfico para poder así optimizar costes, así pues se realizará material de promoción para que las distintas universidades lo difundan en su entorno y a través de sus propios canales de comunicación, como por ejemplo carteles, flyers, cuñas publicitarias y notas de prensa, aunque como hemos señalado el medio por excelencia será el on line: web, anuncios en google, mailing, redes sociales, etc. De la difusión local se encargará cada universidad participante.

Evaluación

Las nuevas tecnologías permiten conocer en tiempo real el comportamiento y los intereses de los usuarios. Resulta de gran interés conocer el número de visitantes y usuarios que tiene la plataforma, así como sus perfiles, los recorridos realizados, documentos descargados y, por supuesto, la evaluación que realizan de la feria en general.

Estas herramientas informáticas, además de lograr una reducción de gastos que supone esta feria respecto a un stand tradicional (impresión de material, desplazamientos del personal, así como de la propia fabricación del stand), contribuirían a una mayor optimización de los recursos dedicados a la promoción y difusión de cada universidad participante.

De esta forma, la plataforma permitirá que al estudiante, una vez registrado, se le asigne una cookie que nos permitirá evaluar su comportamiento durante el período de navegación y detectar así los contenidos por los que ha mostrado más interés, y poder implementar medidas correctoras para mejorar la información proporcionada o el procedimiento de exposición de la información.

El registro para acceder a UNIFERIA es obligatorio, con lo que las universidades participantes dispondrán de una base de datos de potenciales estudiantes y sus características, y descriptores para poder gestionarla como cada universidad considere. Así pues, cada universidad podrá enlazar las cookies de la feria con sus propios marcadores para evaluar el comportamiento de los visitantes. Los datos se podrán consultar en tiempo real gracias a la pestaña de gestión, lo que permite realizar mejoras en tiempo real sobre procesos e información consultada. La pestaña de gestión ofrecerá, una vez finalizada la feria, estadísticas sobre el número de visitantes y su procedencia, rutas de navegación que nos permitirán conocer las preferencias de cada perfil, enlaces consultados y descargas realizadas.

Además del comportamiento de los visitantes y de sus intereses, se realizará una evaluación de la plataforma. Esta evaluación se realizará a través de una encuesta que se lanzará al usuario una vez ejecute el botón de cerrar la pestaña de la feria. Esto nos permitirá valorar la aceptación y realizar modificaciones en el caso de ser necesario, para posteriores ediciones.

Por último, se podría valorar la posibilidad de premiar la participación en la encuesta para incentivar a los visitantes a cumplimentarla y que podría incluirse en la promoción de dicha feria.

Cronograma

- Enero: Comunicación del listado de universidades participantes y de la cantidad a abonar por universidad
- Del 11 al 22 de marzo de 2019: carga de contenidos por parte de las universidades participantes.
- Del 1 al 5 de abril de 2019: realización Uniferia.

ANEXO II

MODELO DE ACUERDO DE ADHESIÓN

ACUERDO DE ADHESIÓN POR PARTE DE LA UNIVERSIDAD _____ AL PROYECTO UNIFERIA

En _____, a ____ de ____ de 2019

El Excmo. y Magfco. D., Rector de la Universidad de (en adelante la Universidad), en representación de la misma según nombramiento de fecha _____, con domicilio en , con CIF, en virtud de las facultades que le confiere el artículo de los Estatutos de dicha Universidad.

EXPONE

Primero.- Que Crue Universidades Españolas es una asociación sin ánimo de lucro de ámbito estatal, constituida en diciembre de 1994 y formada por las universidades públicas y privadas españolas, asociadas a tenor de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación.

Crue Universidades Españolas se organiza en comisiones sectoriales y grupos de trabajo sobre distintos ámbitos de interés. Entre ellas se encuentra Crue Asuntos Estudiantiles, que se ocupa de los temas relativos al ámbito estudiantil en sus diferentes manifestaciones: acceso a la Universidad, becas, empleo, servicios de orientación universitaria y atención a la diversidad y discapacidad, entre otros. Por otro lado, la comisión sectorial tiene Grupos de Trabajo entre los que se encuentra la Red de Servicios de Información y Orientación Universitarios (Red SIOU), que agrupa al personal técnico de los servicios de información y orientación al estudiante.

Segundo.- Que dentro de las tradicionales actividades de Crue Universidades Españolas, consistentes en abrir a sus asociados la posibilidad de coordinar y colaborar en proyectos en beneficio de las Universidades, se ofreció a todas las Universidades asociadas la posibilidad

de adherirse al Proyecto Uniferia, cuyo objeto es desarrollar una feria virtual para facilitar el acceso a la información de interés a los estudiantes y promocionar la oferta académica y de servicios de cada una de las universidades asociadas a Crue Universidades Española y facilitar y ampliar el acceso de posibles estudiantes.

Tercero.- Que con el fin de establecer la necesaria coordinación del proyecto, se considera necesario suscribir un documento de adhesión en el que se detallen los compromisos de las universidades participantes en Uniferia.

Cuarto.- Que, dada la existencia de unos fines, objetivos e intereses comunes, la Universidad _____ **acuerda adherirse** al Proyecto Uniferia con arreglo a las siguientes

CONDICIONES

PRIMERA.- Que la Universidad _____ conoce y acepta sin reservas el Proyecto Uniferia en toda su extensión. Las características del citado proyecto se encuentran en el Anexo I y la Universidad aquí representada manifiesta conocerlas en su integridad.

A partir de la entrada en vigor del presente Acuerdo, la Universidad _____ se considera parte del Proyecto Uniferia y, por tanto, asume los derechos y obligaciones contenidos en el mismo.

SEGUNDA. - La Universidad _____ se compromete a abonar a la empresa EasyVirtualFair, que gestiona la Feria, un pago por importe de XXX euros en concepto de cuota de adscripción, en los 30 días siguientes a la presentación de la correspondiente factura por parte de la empresa.

TERCERA.- Para el cálculo de la cantidad cuyo abono a EasyVirtualFair corresponde a la Universidad de según la estipulación segunda se ha tomado como referencia el número de universidades que han mostrado inicialmente su interés en participar el proyecto. En el supuesto de que una o varias de ellas finalmente no formalicen su participación mediante la firma del correspondiente acuerdo de adhesión, el resto de las universidades adheridas deberán hacer frente al pago de la cantidad dejada de percibir por el desistimiento de la universidad/es en cuestión. Correlativamente, si se produjera la adhesión de un número

de universidades superior al inicialmente previsto, se procederá por parte de la empresa concesionaria a la devolución a cada universidad de la cantidad satisfecha en exceso, sin que pueda derivarse responsabilidad alguna para Crue Universidades Españolas en todo el proceso.

CUARTA. - La Universidad _____ se compromete a difundir y promocionar UNIFERIA en su ámbito territorial en el marco del Plan de Comunicación de dicho evento.

Y, en prueba de conformidad, la Universidad _____ suscribe el presente documento, por duplicado, en el lugar y fecha indicado en el encabezamiento.

Fdo.: Excmo Sr. D. _____

Rector de la Universidad _____

ANEXO III

LICENCIA Y CONFIGURACION INICIAL <i>(5.700 €)</i>	LANDING PAGE ABIERTA 30 DIAS ANTES DEL EVENTO 18 OPCIONES DE EDIFICIO DE ENTRADA CHAT ESCRITO INTEGRADO EN LA PLATAFORMA 10 OPCIONES DE COLORES E INTEGRACION DEL LOGO DEL CLIENTE REGISTRO DE VISITANTES A LA CARTA GESTOR ONLINE DEL STAND PARA EXPOSITORES (CMS) REGISTROS ILIMITADOS VIDEO DE BIENVENIDA INTEGRADO CON GOOGLE ANALYTICS AGENDA DE WEBINARS (HERRAMIENTA DE WEBINAR PROVISTA POR EL CLIENTE) TIEMPO DE CARGA ULTRARAPIDO (5 SEGUNDOS CON BANDA ANCHA 10MB) 100% MOVIL Y SIN DESCARGAS ACCESO AL CMS DE LAS EMPRESAS DURANTE 30 DIAS TRAS EL EVENTO
GESTION DE PROYECTO <i>(incluido)</i>	RESPONSABLE DE EASYVIRTUALFAIR ASIGNADO AL PROYECTO FORMACION AL CLIENTE REUNIONES SEMANALES ONLINE Y TIMELINE DEL PROYECTO HELPDESK TECNICO PARA EXPOSITORES FORMACION PARA EXPOSITORES (30 MIN. OPCIONAL) FORMACION COMERCIAL (30 MIN. OPCIONAL)
STANDS <i>(350 € /stand)</i>	STAND PERSONALIZABLE PARA CADA EXPOSITOR 10 CUENTAS DE CHAT POR STAND Y UN ACCESO AL GESTOR DE CONTENIDOS 10 PLANTILLAS DISPONIBLES PARA CADA STAND INTERACCIONES: PERFIL, VIDEOS, DESCARGAS, CITAS, BUZON, RRSS GRADOS ILIMITADOS
DIAS DE EVENTO <i>(500 € / dia)</i>	SOPORTE DEDICADO DURANTE LA JORNADA LABORAL DEL CLIENTE (8 HORAS) FERIA VIRTUAL ALOJADA EN SERVIDOR DE PRODUCCION DE GRAN CAPACIDAD ACTUALIZACION DE LA HOME DEL EVENTO (PARA SEGUNDAS EDICIONES) MAPA DE EXPOSITORES 3D (OPCIONAL) EXPORTACION DE USUARIOS TRAS LA FERIA (EN .XLS)

PRESUPUESTO

LICENCIA Y CONFIGURACION INICIAL	5.700 €
GESTION DE PROYECTO	incluido
33 STANDS	11.550 €
5 DIAS DE EVENTO	2.500 €

DESCUENTOS

DESCUENTO STANDS PREPAGADOS (30 % STANDS)	- 3.465 €
DESCUENTO DIAS DE FERIA CONSECUTIVOS	- 800 €

**TOTAL FERIA VIRTUAL UNA SEMANA Y 33
STANDS 15.485 € + IVA**

Otras consideraciones

- Stands adicionales por encima de 33 se facturaran a razon de 350 Euros + IVA
- Existe la posibilidad de añadir videos de bienvenida en la feria y los stands con un coste de 200 € por stand. La grabación ha de ser provista por cada expositor en formato mp4.
- EasyVirtualFair ofrece un servicio de video presentaciones online mediante una herramienta de webinar que puede ser contratado a petición por 400 euros / webinar. Este servicio incluye:
 - Creacion de una pagina especifica de la video presentación enlazada desde la feria virtual.
 - Ensayo con el ponente con anterioridad a la video presentación.
 - Adaptación de la imagen del webinar a la del cliente
 - Soporte durante la emision de la video presentación
 - Infome de asistencia completo.
 - Opcion de hacer la video presentación en directo o pregrabada.
- El calendario de pagos es:

Descripcion	Emision de la factura	Vencimiento
100%	A la firma	30 días